

# 独生子女们集体囤保单



## 三代独生子女三种保险观

46岁的林洁(化名),是土生土长的北京独生女,和丈夫两人都是独生子女,去年送走了父亲,如今还要照顾三位老人,还要供刚上学的孩子读书。作为第一代独生子女,她从小被捧在手心,直到步入中年,才真正读懂独当一面四个字的重量。

如今她谈起保险头头是道,但在十几年前,她对保险的态度只有抵触。

她的第一份保单,纯粹是碍于多年好友的情面,半推半就下为自己买了人生中第一份商业保险。这份仓促签下的保险,反让她心里犯嘀咕。老公也质疑她乱花钱:“咱们现在正是攒钱的时候,别净买这些看不见摸不着的东西。”

相比林洁的抵触,周凯(化名)则对保险没什么概念,甚至觉得“离自己很远”。周凯今年31岁,在青岛某事业单位工作,去年刚升级为爸爸。看着襁褓中粉嫩的女儿,再看看日渐衰老的父母和岳父母,他真切感受到“上有四老、下有一小”的压力。即便如此,周凯对买保险这件事依旧没放在心上。

一次等公交车时,周凯偶然瞥见公交站牌上青岛惠民保“琴岛e保”的宣传海报。“当时就是打发等车的时间,就用支付宝扫了码随便看看,发现可以用医保个人账户余额支付保费,不用额外掏钱,不限健康状况,还有政府背书,就随手给自己、媳妇还有双方父母都买了。”

相较于“80后”林洁的抗拒和“90后”周凯的无心插柳,出生于Z世代的“00后”陈立(化名)对新事物没有丝毫抗拒,倾向于主动研究。陈立上周刚刚过完25岁生日,目前是深圳一家连锁餐厅的主管。他是家里的独生子,他从小就清楚,没有兄弟姐妹可以相互扶持,一旦遇到困难,只能独自扛着。

近期,在社交平台上,关于独生子女的热搜总带着沉甸甸的痛感。#独生子女的父母同时病了怎么办#下面,满是“分身乏术”的无奈留言;#独生子女护理假难落地#的讨论中,藏着无数人不敢请假的窘迫。这背后是2亿独生子女最真实的困境,在“4—2—1”的倒三角家庭结构中,孩子是软肋、父母是牵挂,而自己是唯一的支柱。

于是,一场自发的“保障自救”开始在独生子女群体中悄然蔓延。他们有着截然不同的人生轨迹,却最终殊途同归:用一纸保单,在不确定的命运里,为家人撑起一片安稳天地。

从19岁入职缴纳社保那天起,他便像松鼠囤坚果一样,在医保外,在支付宝上主动为自己配置了医疗险、重疾险等保单。六年下来,他的保障清单已经非常丰富:既有惠民保、医疗险、意外险、重疾险这些基础保障型险种,也配置了养老金、定期寿险这类兼具理财与长期保障功能的产品,甚至连家里陪伴自己多年的宠物猫,他也买好了宠物险。

## 没人兜底,就让保险来兜底

偏见与侥幸,往往会在现实的打击下土崩瓦解。

十几年前,林洁的好友再次找到她,劝她给母亲买一份重疾险,林洁当时动了心,但母亲的体检没通过,被拒保。

几年后,母亲查出帕金森病,所有的医药费和照料重担全部压在林洁一个人肩上。“如果当时妈妈能投保成功,有了保险理赔,我也能少些

经济压力。”这个念头,成了她心中的刺。

真正的转变发生在2021年,当年那份“碍于情面”买的分红险,竟然累积了一笔可观的分红。她领取了这笔钱,全家飞往了云南昆明,来一场全家出行的度假。滇池边,微风轻拂,和老公坐在长椅上看着远方湿地日落的晚霞,林洁才真正放下了对保险的所有偏见。原来自己一直误解的“无用之物”,竟悄悄为家里攒下了一份意料之外的惊喜。

如今,保险市场愈发成熟,产品的种类越来越丰富。林洁也主动与保险经纪人交流学习,还在支付宝上的蚂蚁保研究各种保险产品,从最初对保险条款一窍不通,到如今能清晰分辨不同保险的保障范围,甚至成了家族里的“保险顾问”。

周凯重新认识保险,则是源于舅舅的一次住院。年初舅舅突发急性肠胃炎引发并发症,住院治疗花了近10万元,好在之前投保的一份医疗险,报销了大部分医疗费用,大大减

轻了舅舅一家的负担。

于是,周凯不再满足于“随手买”的惠民保,开始着手规划全家的保险配置。他先为父母和岳父岳母选择能够报销医疗费用的医疗险和意外险;为女儿配置全面的年金险和重疾险,希望能为她留一份不用负重前行的底气。

## 从“推销品”到“刚需品”

保险曾被视为一种带有推销性质的商品,一度被贴上“骗人”的标签。但在独生子女群体中,它正演变为一种“防御性刚需”。他们不再寄希望于运气的眷顾,而是选择用保单来对抗不确定的风险。

三代独生子女囤保单,本质上就是在囤一份踏实的安全感。这份集体选择的背后,是他们共同面临的“孤军奋战”的生存焦虑。

近年来,《我不是药神》热播带来深刻社会深思,《流感下的北京中年》刷屏网络引发

全民共情,也更像是一场大规模的全民保险科普教育,让大众深刻意识到,医保是基础保障,远远不足以覆盖突发疾病、意外带来的巨额开支,在医保之外,为自己、为家人配置一份靠谱的健康险,早已不是可选项,而是守护生活、抵御风险的必备底线。

此前,线下代理人是用户接触保险的主要途径,信息不透明、条款晦涩难懂,甚至存在诱导投保的情况,让很多人对保险望而却步;如今,互联网平台的兴起打破了这一壁垒,蚂蚁保等线上平台凭借选择丰富、条款清晰、操作便捷的优势,成为当代年轻人更青睐的投保渠道。在小红书等社交平台上,晒保单、分享投保攻略已成为热门话题。

“80后”作为第一代独生子女,成长于保险业起步阶段,彼时保险渠道单一、认知普及不足,他们的投保多源于家人劝说、代理人推销,对保障的理解停留在“有总比没有好”的浅层层面,缺乏主动规划的意识。

到了“90后”独生子女,伴随着互联网的普及和生活压力的凸显,他们主动上网查攻略、对比险种、研究条款,保障规划更具针对性。

而“00后”独生子女,成长在物质富足、风险教育更完善的环境中,他们对安全感的需求更直接、更迫切,不仅重视自身基础保障,更早早将养老纳入考量,甚至为陪伴自己的宠物配置保险,用“全面囤保”的方式,筑牢生活的安全防线。

从“80后”的“半信半疑”,到“90后”的佛系买保险,再到“00后”的“囤积安全感”——三代独生子女三十年的保障意识觉醒史,也是中国保险业走向成熟透明的缩影。而互联网渠道的普及,也在潜移默化中推动着独生子女一代从“被动防守”转向“主动规划”,用更理性、更有层次的保障方案,扛起家庭责任,化解养老与育儿双重压力。

北京商报记者 李秀梅

# XTransfer递表港交所 支付IPO硝烟再起

4月26日,北京商报记者注意到,港交所官网日前披露,B2B跨境支付服务商Extransfer Limited-W(以下简称“XTransfer”)已正式向港交所递交招股书,开启港股本化进程,瑞银集团、中金公司为其联席保荐人。

按照2025年支付交易额605.16亿美元计算,XTransfer为全球最大的B2B跨境贸易支付平台。有分析人士认为,XTransfer上市将为整个B2B支付赛道提供清晰的估值参考坐标,打破业内对于支付机构上市“流量见顶、合规风险高”的刻板印象。而在行业竞争下,XTransfer也需寻找新的增长点。

## 冲刺港股IPO

XTransfer近日在港交所披露招股书。

综合天眼查、招股书等信息来看,XTransfer成立于2017年,为全球首批专注于B2B跨境贸易的支付平台之一。XTransfer运营主体为上海夺汇网络技术有限公司,为上海夺畅网络技术有限公司(以下简称“夺畅网络”)全资子公司,夺畅网络当前注册资本为30亿元,为一家港澳台法人独资企业。

据介绍,XTransfer主要为中小企业提供支付服务,协助其与境外贸易企业开展高效安全的跨境支付结算,公司核心服务包括收款、资金汇兑、转账及提现等。

招股书详细披露了过去三年内XTransfer的经营情况。数据显示,2023—2025年,XTransfer营收分别为1.15亿美元、1.62亿美元和2.48亿美元,复合年增长率为47.5%;毛利分别为1.1亿美元、1.52亿美元、2.29亿美元,且报告期内各年的毛利率均超过90%。

但XTransfer也在招股书中特别提到盈利能力方面可能存在的风险。根据招股书,报告期内,XTransfer净亏损分别为1.53亿美元、3.53亿美元、4.84亿美元,这主要是由于可转换及可赎回优先股的公允价值变动。按照非国际

## 去年销售开支占比近四成

从本次披露的招股文件看,XTransfer采用中国港交所允许的同股不同权(WVR)架构设计治理体系,这也是全球化科技金融企业的主流设置。招股书明确,创始团队通过双层股权结构及一致行动协议锁定长期控制权,A类股份享有更高投票权重,该安排意在抵御上市后短期资本博弈干扰,保障海外扩张、技术研发等长期战略持续落地。

北京商报记者注意到,招股书并未明确XTransfer的具体募资规模,但披露募集资金净额将主要用于四大方向:40%用于全球市场渗透与本地收款网络建设,30%投入AI与区块链技术研发,20%丰富跨境人民币结算、供应链金融等产品体系,剩余10%补充营运资金。

对于开展跨境支付业务的机构而言,牌照是业务开展的“护城河”。根据招股书介绍,截至2026年3月31日,XTransfer在中国内地、中国香港、英国、美国、新加坡、荷兰、澳大利亚及加拿大获得所需牌照。在中国内地,夺畅网络于2025年1月获批收购原上海银联电子支付服务有限公司100%股权,后者随后更名为上海安信汇支付有限公司。

随着业务体量、支付牌照数量快速扩张,XTransfer的成本支出同步走高,成为压制整体利润表现的核心因素。根据招股书,XTransfer成本支出主要集中在销售、研发以及行政管理三大方面,其中涉及内容包括全球本地化团队薪酬、小微客户拓展、渠道佣金、品牌投放、本地商户培训等多个方面。

数据显示,销售开支在XTransfer成本支出中处于靠前位置,三年间支出规模由2023年的5307万美元增至2024年的8129万美元,2025年进一步攀升至9604万美元,其中2025年该项费用占当期总收入比重约38.71%。报告期内研发支出则分别为2199.2万美元、

3491万美元、3962.1万美元。

XTransfer方面也在招股书中提到,预计随着公司业务继续拓展、地域持续扩张、技术基础设施的投资及创新以及服务范围进一步扩大,公司的成本和营运开支在可预见的未来将进一步增加。

王蓬博表示,从本次的募资用途来看,XTransfer计划将40%的资金用于全球市场渗透,30%投入AI和区块链技术研发,方向上是符合行业发展趋势的,也有望进一步巩固其在垂直领域的优势。

## 监管趋严与同质化挑战并存

近年来,跨境场景成为众多金融机构业务拓展的新赛道。一方面是银行这类传统金融机构加速数字化转型,加码中小微外贸金融服务,通过优化跨境结算产品,下调服务费率等举措分流优质中小外贸客户;另一方面,第三方支付机构也杀入跨境赛道,并将B2B作为重要方向,行业产品、费率、服务、渠道等竞争趋向同质化。

除市场竞争压力外,XTransfer招股书还重点提示了全球跨境监管政策不确定性风险。结合招股书来看,不同国家和地区对于跨境资金流动、外汇管理、数据跨境、反洗钱监管标准持续收紧且差异化明显,XTransfer需要持续投入大量人力、财力维护各地牌照合规,更新系统适配监管要求,合规边际成本不断上升。

“若全球经济复苏放缓、主要贸易伙伴经济增速减弱、贸易保护主义再度抬头、外汇汇率大幅波动,或从事外贸的国内中小企业经营压力加大导致其进出口规模下降,均可能直接减少我们核心业务(包括支付及增值服务)的交易量”,XTransfer在招股书中提到。

区别于支付行业多数机构以跨境电商C端收款为核心、再横向拓展B端业务的发展路径,XTransfer自设立以来,聚焦纯B2B跨境

贸易支付。袁帅指出,从整个行业赛道来看,B2B跨境支付的前景恰恰和全球贸易格局的变化深度绑定,当前中小外贸企业已经成为全球贸易的重要参与主体,这类企业普遍存在跨境收款成本高、到账周期长、不同国家结算规则复杂的痛点,XTransfer这类平台的快速增长本身就印证了市场需求的旺盛。

王蓬博同样提到,XTransfer较早切入中小微外贸企业跨境支付市场,搭建了全球结算网络,在本地化运营和客户积累方面打下了不错的基础,在非电商B2B这个细分赛道建立了一定的先发优势,但与已经实现多场景布局的综合支付机构相比,XTransfer的产品矩阵确实还不够丰富,客户黏性也还有提升空间,目前的核心竞争力更多还是体现在价格优势和服务响应速度上。

再看支付行业本身,过去几年间,既有支付机构辗转A股、港股谋求上市尚未成行,也有已上市支付机构接二连三赴港二次上市。袁帅告诉北京商报记者,此前支付机构上市之路普遍充满波折,多集中在C端支付赛道或是合规性存在争议的跨境支付业务,而XTransfer业务主要围绕中小外贸企业的真实跨境贸易场景展开,业务增长完全锚定外贸实体的真实需求,和此前部分谋求上市的支付机构依赖通道手续费、流量变现的盈利模式有本质区别。

“如果其上市顺利推进,将为整个B2B跨境支付行业建立起合规运营、场景深耕的上市模板,打破此前市场对支付机构上市‘流量见顶、合规风险高’的刻板印象。”袁帅说道。同时,袁帅提醒称,面对越来越多机构涌入跨境赛道的竞争,XTransfer也需要跳出单纯的支付服务范畴,寻找新的增长点。

对于上市完成的“时间表”,后续支付牌照布局规划以及应对跨境赛道同质化竞争的具体举措,北京商报记者向XTransfer进行采访,但截至发稿未收到该公司回复。

北京商报记者 廖蒙